

# クールジャパン戦略

- 日本人の美意識や優れた文化的伝統は、近年「クールジャパン」と呼ばれ、我々が気付かないうちに世界で多くの共感を得ている。地域に埋もれたクールジャパンを発掘、創造し、広く国内外に発信し、人気を拡大させていくという好循環のサイクルを確立するとともに、基盤整備を図っていくことが重要。
- クールジャパン推進により東日本大震災で影響を受けた日本ブランドの回復を図るため、更なる施策の検討を進めていく。

## 国際的イベントでの発信



Japan Expo(パリ)



ジャナドリア祭  
(サウジアラビア)

日米桜寄贈100周年桜祭り  
(ポトマック河畔(ワシントン))

## ブランドイメージ戦略 (ロゴ・メッセージ、海外メディア)

## クールジャパン関連イベント強化



(コ・フェスタ)



(メディア芸術祭)

## 日本ブランドの回復



(食)



(観光)



(ものづくり)

## クールジャパン大賞(仮称)による顕彰

メガネ  
日本酒  
りんご  
ファッション  
映画  
陶磁器  
化粧筆  
ウイスキー  
顕著な功績を残した者

## 対象国毎の海外展開戦略

ファッション  
コンテンツ  
地域産品  
食  
観光  
すまい

## 発掘・創造

## 発信

## 拡大

## 基盤整備

## 東日本の復興・再生 (伝統工芸品のブランド化)

**日本が再び  
立ち上がり  
世界で輝く!**

# 札幌コンテンツ特区の指定

平成23年6月に成立した総合特別区域法（総合特区法）に基づき、12月に「札幌コンテンツ特区」を地域活性化総合特区として指定。

## （総合特区制度）

- 総合特区制度は、国際競争力の強化（国際戦略総合特区）や地域活性化（地域活性化総合特区）のための包括的・先駆的なチャレンジに対して、規制の特例や税財政・金融措置等による総合支援を行うもの。
- 平成23年12月、札幌コンテンツ特区（申請者：札幌市）を含む33区域を特区として第一次指定。
- 今後、国と地方の協議会会議を開催し、地方公共団体が実施・促進しようとする事業や規制の特例措置等について協議し、総合特区計画を定める予定。



札幌市



## （札幌コンテンツ特区）

- 札幌コンテンツ特区は、アジアのコンテンツ産業拠点都市を目指し、映画・放送番組の道路上のロケ撮影許可の規制緩和や、海外からのロケ撮影隊の支援を行うワンストップの統一窓口の設置を目指している。
- これらの取組は、「知的財産推進計画2011」の「『コンテンツ特区』の創設」、「大型映画の撮影誘致の促進」を実現するもの。

# クールジャパンを活用した日本ブランド復興キャンペーン

【平成23年度予算 2次補正:11億円 / 3次補正:1億円】

東日本大震災により損なわれた日本の食、観光、製品等への信頼性回復のため、クールジャパンを活用した日本ブランドの復興キャンペーンを実施。

## ロゴ・メッセージを活用したイメージアップ

日本ブランド復興に関する統一イメージを発信



- ・関係府省で統一的使用
- ・政府関係機関等の海外イベント、展示会等で掲示

## 国内外のイベントでの発信

国内外のイベントを活用し、日本の文化や魅力に触れてもらう機会を提供するとともに、日本の復興をアピール  
(海外:10事業/国内:2~3事業程度)

### 海外イベントの例



日米桜寄贈100周年桜祭り  
(2012年3-4月)

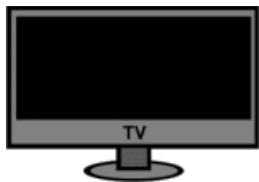


昼花火  
(横浜市中央図書館所蔵)

- ・日米桜寄贈100周年(米国)
- ※ 米国で日本人で初めて特許を取得(1883年)した平山甚太の昼花火を打ち上げ

## 海外メディアを活用した発信

海外のメディアを通じた日本ブランドの浸透・イメージアップ



- ・海外のメディアでメッセージ発信



- ・日中国交正常化40周年(中国)  
両国有識者によるシンポジウム



- ・日印国交樹立60周年(インド)  
高品質な日本産品等を中心とした展示 **3**